

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN KURMA KEMASAN MEREK HUMAIRA ANGGUR DI
KOTA BANDA ACEH**

*(Analysis Of Factors That Affect The Demand of Dates of Humaira Anggur Brand in
the City of Banda Aceh)*

T.Makmur^{1*}, T.Fauzi¹, Rana Yuspita¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala
tmakmur.agric@unsyiah.ac.id

ABSTRACT

Demand is the amount of goods and services consumers will buy in a certain period of time and circumstances. The aims of this study is to analyze the demand trend of Humaira Anggur dates in Banda Aceh and to analyze the factors that affect the demand of Humaira Anggur dates in Banda Aceh. The location of this research is determined by using purposive method, while the sample of the study, 35 samples, taken by utilizing accidental method. The primary data are collected from consumers in 7 stores in Banda Aceh, through direct interview by using questioner and the secondary data are obtained from PT. Humaira Trading's report. The data are analyzed by using trend analysis method and multiple linear regression. The result of trend analysis shows positive trend, with an increase of production around 1.9 tons/year. The linear regression indicates that the factors that significantly influence the demand of Humaira Anggur dates are consumer income, fasting sunnah, and month of ramadhan, whereas the price of the Humaira Anggur dates, price of other dates, and lifestyle in significantly.

Keywords: Demand, Dates, Humaira Anggur Dates, Trend.

ABSTRACT

Permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis trend permintaan kurma kemasan merek Humaira Anggur di Kota Banda Aceh dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan merek Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive, pengambilan sampel penelitian ini dilakukan secara accidental, dengan jumlah sampel sebanyak 35. Data yang digunakan adalah data primer dari konsumen di 7 lokasi penelitian melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder dari PT. Humaira Trading. Penelitian ini menggunakan analisis trend dan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis trend menunjukkan trend positif, dengan peningkatan sebesar 1,9 ton per tahun dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan Humaira Anggur secara signifikan adalah pendapatan konsumen, puasa sunnah, dan bulan ramadhan, sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah harga buah kurma kemasan Humaira Anggur, harga buah kurma curah, dan gaya hidup.

Kata kunci: *Permintaan, Kurma, Kurma Kemasan Humaira Anggur, Trend.*

PENDAHULUAN

Kurma (*Phoenix dactylifera*) adalah komoditas yang bernilai ekonomi tinggi (*high economic value commodity*) dan dibutuhkan oleh masyarakat pada berbagai kalangan. Kurma sangat baik dikonsumsi segala umur, mulai dari anak-anak hingga orang lanjut usia. Hal tersebut dikarenakan kurma memiliki keunggulan yaitu rasa nikmat, kemudahan cara mengkonsumsi, daya simpan buah yang cukup lama serta kandungan gizitinggi yang bermanfaat untuk kesehatan.

Sebagai negara yang berpenduduk mayoritas muslim, tentu permintaan terhadap kurma cukup besardiIndonesia. Kota Banda Aceh dengan jumlah penduduk 254.904 jiwa (BPS, 2016) menjadi salah satu wilayah tujuan pemasaran buah kurma di Indonesia dan merupakan salah satu pasar potensial produk buah kurma, baik kurma curah maupun kurma kemasan dengan berbagai macam merek. Hal ini disebabkan Kota Banda Aceh diperkirakan memiliki jumlah penduduk yang mayoritas muslim dan tingkat pendapatan yang cenderung meningkat digolongkan sebagai penduduk perkotaan, serta memiliki tingkat pendidikan dan kesadaran untuk hidup sehat yang lebih baik. Untuk melihat perkembangan konsumsi buah kurma di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 2.

Tahun	Konsumsi (Kg/KPT/THN)	Pertumbuhan (%)
2012	3,15	-
2013	3,89	23,49
2014	4,08	4,88
2015	4,13	1,22
2016	4,35	5,33

Sumber: Dinas Pangan Provinsi Aceh, 2016

Pada Tabel 2 menunjukkan data konsumsi buah kurma di Kota Banda Aceh. Tingkat permintaan dan konsumsi kurma di Kota Banda Aceh yang terus meningkat disebabkan karena kurma sudah relatif mudah dan sering dijumpai masyarakat, selain itu harganya yang relatif konstan setiap saat menyebabkan kurma semakin sering dikonsumsi oleh masyarakat Kota Banda Aceh. kurma di Kota Banda Aceh secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik oleh instansi pemerintah terkait. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pedagang buah kurma yang ada di Kota Banda Aceh, bahwa permintaan terhadap kurma cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Rata rata permintaan buah kurma kemasan yang terjual di Kota Banda Aceh sehari-hari yaitu sebanyak 50-60 kemasan/hari atau sekitar 25-30kg/hari, sedangkan rata-rata permintaan buah kurma curah yaitu sebanyak 10-15kg/hari. Selain itu, para pedagang juga mengatakan bahwa permintaan kurma mengalami peningkatan pada bulan Ramadhan. Saat menjelang atau memasuki bulan Ramadhan, permintaan kurma kemasan akan meningkat menjadi 80-100kg/hari, sedangkan kurma curah akan meningkat menjadi 50-60kg/hari. Meskipun kurma curah memiliki keunggulan dari segi harga yaitu mempunyai harga yang kompetitif, namun permintaan konsumen akan kurma kemasan lebih tinggi.

Salah satu kurma kemasan yang beredar di Kota Banda Aceh saat ini adalah merek Humaira. Kurma kemasan Humaira merupakan kurma Anggur yang berasal dari Iran, Tunisia dan Dubai, dan di Impor oleh PT. Humairah Trading. Permintaan

masyarakat terhadap buah kurma kemasan Humaira Anggur terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat dari data

permintaan kurma kemasan merek Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Sumber: PT. Humairah Trading, 2016.

Tahun	Permintaan (Ton/Tahun)	Harga
2012	20	32.000
2013	23	35.000
2014	24	40.000
2015	26	43.000
2016	28	45.000

Pada Tabel 3 menunjukkan data permintaan terhadap kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Pada tahun 2012, permintaan kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh yaitu sebanyak 20 Ton, dan terus meningkat hingga tahun 2016 yaitu sebesar 28 Ton. Pada tahun 2012 kurma kemasan Humaira Anggur hanya terdapat di Toko Swalayan/Supermarket besar yang hanya dibeli oleh kalangan menengah ke atas. Tetapi saat ini, kurma kemasan Humaira Anggur sudah banyak tersedia di toko-toko grosir yang ada di pasar tradisional di Kota Banda Aceh karena permintaannya yang terus meningkat.

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harga. Sehingga dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa permintaan dan harga kurma kemasan merek Humaira Anggur dari tahun 2012 hingga tahun 2016 berbeda-beda. Perbedaan harga tersebut dikarenakan biaya impor yang dikeluarkan oleh PT. Humairah Trading yang terus meningkat, sehingga menyebabkan tingginya harga jual kurma kemasan Humaira Anggur pada tahun 2016 dibandingkan

dengan harga pada tahun sebelumnya dan permintaan kurma kemasan Humaira Anggur tertinggi juga berada pada tahun 2016.

Dari tabel 3 tersebut dapat dilihat bahwa hukum permintaan tidak berlaku. Sesuai dengan hukum permintaan bahwa bila harga naik maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga turun maka permintaan terhadap barang tersebut akan naik (Richard, 1995). Tetapi pada kenyataannya yang terjadi di Kota Banda Aceh, konsumen kurang memperhatikan harga jual kurma kemasan Humaira Anggur yang mencapai Rp.50.000-Rp.55.000/kemasan. Harga tersebut tergolong mahal, tetapi konsumen tetap saja masih membelinya, sehingga hukum permintaan tidak berlaku pada meningkatnya permintaan kurma kemasan Humaira di Kota Banda Aceh, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan merek Humaira Anggur di Kota Banda Aceh”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2017, di 7 toko yang menjual kurma kemasan merek Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Lokasi penelitian ditentukan

secara *Purposive* (sengaja) dengan pertimbangan Kota Banda Aceh merupakan salah satu daerah dengan tingkat konsumsi buah kurma yang tinggi. Penentuan pengambilan toko ditetapkan berdasarkan dengan jumlah persediaan terbesar dan berdasarkan lokasi berbeda yang tersebar di wilayah Kota Banda Aceh

Objek dari penelitian ini adalah konsumen yaitu masyarakat yang telah membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur di lokasi penelitian. Sedangkan ruang lingkup penelitian ini terbatas pada besarnya jumlah permintaan kurma kemasan Humaira Anggur dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan Humaira Anggur. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden, dengan pertimbangan jumlah tersebut dinilai cukup dalam penelitian ini, mengingat bahwa sampel minimal untuk memenuhi syarat sebaran normal adalah 30 orang responden (Priyanti, 2012). Jumlah sampel tersebut kemudian dibagi ke dalam tujuh toko dengan jumlah responden yang sama yaitu 5 orang responden/toko.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan yaitu data jumlah pembelian kurma kemasan Humaira Anggur dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan Humaira Anggur, sedangkan data sekunder berupa data permintaan kurma kemasan Humaira Anggur tahun 2012 sampai tahun 2016. Metode pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara kepada 35 konsumen buah kurma kemasan Humaira Anggur dengan menggunakan kuisioner penelitian, sedangkan metode

pengumpulan data sekunder diperoleh dari PT. Humaira Trading, selaku perusahaan distributor kurma kemasan Humaira di Kota Banda Aceh.

Model Analisis

Analisis Trend

Analisis Trend merupakan salah satu peralatan statistik yang digunakan untuk memperkirakan keadaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu. Penentuan garis trend yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode garis linier secara bebas (*Freehand Method*) dengan bantuan Ms. Office Excel 2007. Adapun persamaannya:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y=Permintaan kurma kemasan Humaira Anggur (Kg/bulan)

a=Nilai konstanta

b=Nilai kemiringan yaitu tambahan nilai Y, apabila X bertambah satu satuan

X= Variabel waktu

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sudjana, 2002) analisis regresi linear berganda yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 D_1 + \beta_5 D_2 + \beta_6 D_3 + e$$

Keterangan:

Y= Permintaan kurma kemasan Humaira Anggur (Kg/bulan)

β_0 = Konstanta

$\beta_1 - \beta_6$ =Parameter yang dicari/Koefisien Regresi

X_1 = Harga buah kurma kemasan Humaira Anggur (Rp/Kg)

X_2 = Harga buah kurma curah (Rp/Kg)

X_3 = Pendapatan konsumen (Rp/Bulan)

D_1 = Gaya hidup

D=0 → Tidak mengkonsumsi buah kurma dalam kurun waktu 6 bulan

D=1 → Mengkonsumsi buah kurma dalam kurun waktu 6 bulan

D₂= Puasa Sunnah

D=0 → Tidak menjalani puasa senin kamis

D=1 → Menjalani puasa senin kamis

D₃= Bulan Ramadhan

D=0 → Tidak Selalu Mengkonsumsi kurma HumairaAnggur pada Bulan Ramadhan

D=1 → Selalu Mengkonsumsi kurma HumairaAnggur pada Bulan Ramadhan

e= Error Untuk menguji kebenaran hipotesis yang dirumuskan, maka dilakukan dengan menggunakan pengujian statistik sebagai berikut:

Uji-t

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial (terpisah). Diuji dengan menggunakan uji t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

t-hitung

$$= \frac{|a_i|}{SE_{a_i}} \dots \dots \dots (\text{Sudjana, 1992}).$$

Keterangan :

a_i = Koefisien Regresi yang ke-i

SE_{a_i} = Standar Error ke-i

Hipotesis:

Ho : Harga buah kurma kemasan HumairaAnggur, harga buah kurma curah, pendapatan konsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kurma kemasan HumairaAnggur.

Ha : Harga buah kurma kemasan HumairaAnggur, harga buah kurma curah, pendapatankonsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara parsial

berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kurma kemasan HumairaAnggur.

Uji-F

Uji ini untuk mengetahui pengaruh secara serempak antara variabel bebas (X₁, X₂, X₃, D₁, D₂, D₃) terhadap variabel terikat (Y) pada taraf nyata (α = 0,05) diuji dengan menggunakan uji F dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

F-hitung =

$$\frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \dots \dots \dots (\text{Sudjana, 1992}).$$

Keterangan :

R² = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Hipotesis:

Ho : Harga buah kurma kemasan HumairaAnggur, harga buah kurma curah, pendapatan konsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara serempak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kurma kemasan HumairaAnggur.

Ha : Harga buah kurma kemasan HumairaAnggur, harga buah kurma curah, pendapatankonsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kurma kemasan HumairaAnggur.

Uji Determinasi R²

Untuk mengetahui keeratan antara variabel terikat dan variabel bebas, dapat diuji dengan menggunakan koefisien determinasi (R²) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{jk_{(reg)}}{\Sigma y_i^2} \dots \dots \dots (\text{Sudjana, 1992}).$$

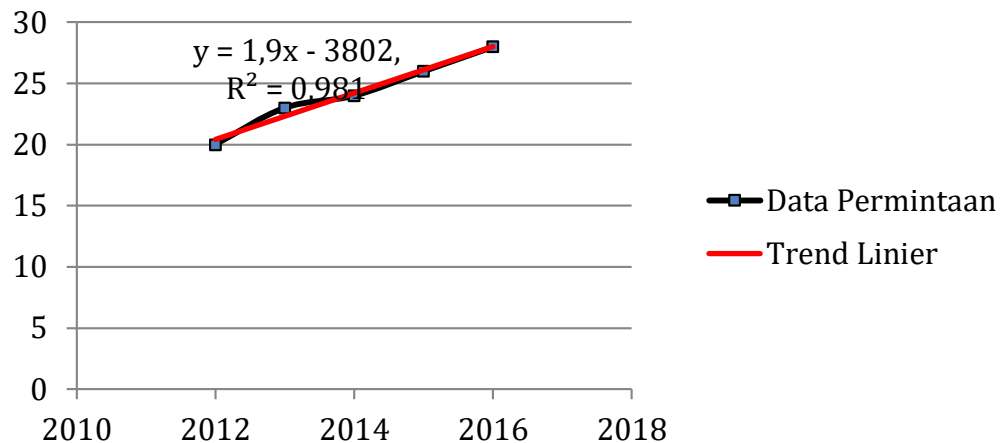
Keterangan :

jk_(reg) = Jumlah kuadrat regresi

$\sum yi^2$ = Jumlah kuadrat total
 R^2 adalah koefisien determinasi berganda yang menjelaskan sejauhmana variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat didalam model. Sifat dasar dari R^2 adalah besarannya yang selaslu positif berkisar antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis TrendPermintaan Kurma Kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh



Gambar 1. Grafik Garis Trend Linier Tahun 2012-2016

Berdasarkan gambar grafik di atas, tampak jelas bahwa garis trend menunjukkan trend positif, karena garis trend dimulai dari kiri bawah naik ke kanan atas. Dimana pada grafik di atas, garis yang berwarna merah lurus adalah garis trend, sedangkan garis berwarna biru adalah Data Asli yang tersebar di sekelilingnya.

Berdasarkan hasil trend dengan metode garis linier secara bebas (*Freehand Method*) dengan bantuan Ms. Office Excel 2007 diperoleh persamaan:

$$Y = (-3802) + 1,9X$$

Dimana :

X=Tahun

Dengan menggunakan persamaan tersebut dapat diramalkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur pada masa yang akan datang, pada Tahun 2030 adalah $Y = (-3802) + 1,9X$ (nilai X adalah 2030), sehingga Y

$= (-3802) + 1,9(2030) = 55$ Ton, artinya permintaan kurma kemasan Humaira Anggur pada masa yang akan datang di tahun 2030 diperkirakan meningkat sebesar 55 Ton.

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Kurma Kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kurma kemasan Humaira Anggur digunakan metode analisis regresi linear bergandadengan menggunakan SPSS.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.409	.887		.462	.648
Harga Buah Kurma Kemasan Humaira	-1.082E-5	.000	-.127	-1.119	.273
Harga Buah Kurma Curah	2.966E-6	.000	.070	.443	.661
Pendapatan Konsumen	2.667E-7	.000	.658	3.836	.001
Gaya Hidup Konsumen	.111	.197	.087	.563	.578
Puasa Sunnah	.274	.086	.348	3.186	.004
Bulan Ramadhan	.257	.123	.289	2.093	.046

Sumber: Data Lampiran, Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat disimpulkan persamaan regresi linear sebagai berikut

$$Y = 0.409 - 1.082E-5 X_1 + 2.966E-6 X_2 + 2.667E-7 X_3 + 0.111 X_4 + 0.274 X_5 + 0.257 X_6$$

Penjelasan mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Harga buah kurma kemasan Humaira (X₁)

Nilai koefisien regresi harga kurma kemasan Humaira Anggur sebesar $-0,00001082$ dengan nilai negatif. Hal ini menjelaskan setiap meningkatnya harga buah kurma kemasan Humaira Anggur sebesar Rp.1000/kemasan, maka akan dapat menurunkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur sebesar 0,01082 kg. Hasil analisis untuk harga buah kurma kemasan Humaira Anggur (X₁) bertanda negatif karena jika harga buah kurma kemasan Humaira Anggur meningkat, maka menyebabkan

permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur turun. Sesuai dengan hukum permintaan bahwa jika harga naik, maka permintaan terhadap barang tersebut menurun, dan juga sebaliknya jika harga turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga buah kurma kemasan Humaira Anggur sebesar -1,119 pada batasan nilai signifikansi 0,273. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $-t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga H_a yang menyatakan harga buah kurma kemasan Humaira Anggur berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur ditolak kebenarannya. Artinya bahwa harga buah kurma kemasan Humaira Anggur secara parsial tidak berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Jadi naik dan turunnya harga buah kurma kemasan

Humaira Anggur tidak mempengaruhi permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Namun berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kondisi yang sebaliknya. Hal tersebut terjadi karena konsumen telah menjadikan buah kurma kemasan Humaira Anggur sebagai selera, sehingga meskipun harga buah kurma kemasan Humaira Anggur dipasaran meningkat, konsumen tetap akan membelinya.

Hasil penelitian juga menunjukkan dari 35 orang responden, seluruhnya tetap membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur walaupun terjadi peningkatan harga. Hal ini disebabkan karena 35 orang responden tersebut telah menjadikan buah kurma kemasan Humaira Anggur sebagai selera. Sehingga berapa pun harga buah kurma kemasan Humaira Anggur, responden tersebut tetap akan membelinya.

b. Pengaruh Harga buah kurma curah (X_2)

Nilai koefisien regresi harga buah kurma curah sebesar 0,000002966 dengan nilai positif. Hal ini menjelaskan setiap meningkatnya harga buah kurma curah sebesar Rp.1000/kemasan, maka akan dapat meningkatkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur sebesar 0,002966 kg.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel harga buah kurma curah sebesar 0,443 pada batasan nilai signifikansi 0,661. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, sehingga H_0 yang menyatakan harga buah kurma curah berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur ditolak kebenarannya. Artinya bahwa harga buah kurma curah secara parsial

tidak berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Barang substitusi adalah suatu barang yang memiliki fungsi yang sama dan kandungan yang sama dengan barang lain (Manurung dan Prathama, 2002). Barang substitusi adalah suatu barang yang permintaannya *ceteris paribus*, langsung dipengaruhi oleh harga barang lain. Dalam penelitian ini barang substitusi buah kurma kemasan Humaira Anggur yaitu buah kurma curah, karena memiliki fungsi dan kandungan yang sama dengan buah kurma kemasan. Apabila buah kurma kemasan Humaira Anggur mengalami kenaikan harga, maka permintaan akan turun. Sedangkan permintaan akan barang substitusi yaitu buah kurma curah akan meningkat.

Fakta yang terjadi dilapangan, harga buah kurma curah lebih rendah daripada harga buah kurma kemasan Humaira Anggur, tetapi para responden tersebut memilih untuk tetap membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di daerah penelitian lebih suka mengkonsumsi buah kurma kemasan dibandingkan buah kurma curah, dengan asumsi buah kurma kemasan memiliki mutu dan kualitas yang lebih baik. Sehingga meskipun harga buah kurma curah lebih rendah, responden tersebut tetap akan membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur. Tetapi para responden tersebut berpendapat apabila tidak beredar buah kurma kemasan Humaira Anggur dipasaran baru mereka akan menggantinya dengan buah kurmacurah.

c. Pengaruh Pendapatan konsumen (X₃)

Nilai koefisien regresi pendapatan konsumensebesar 0,0000002667 dengan nilai positif. Hal ini menjelaskan setiap meningkatnya pendapatan konsumen sebesar Rp.100.000/bulan, maka akan dapat meningkatkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur sebesar 0,02667 kg.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel pendapatan konsumen sebesar 3,836 pada batasan nilai signifikansi 0,001. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a yang menyatakan harga buah kurma kemasan Humaira Anggur berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur diterima kebenarannya. Artinya bahwa pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian juga menunjukkan dari 35 orang responden, sebanyak 28 responden akan menambah jumlah pembelian buah kurma kemasan Humaira Anggur bila terjadi peningkatan pendapatan. Sehingga kenaikan pendapatan responden, akan menambah jumlah permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur.

d. Pengaruh Gaya hidup konsumen (X₄)

Nilai koefisien regresi gaya hidup konsumen sebesar 0,111 dengan nilai positif. Hal ini menjelaskan jika konsumen mengkonsumsi buah kurma kemasan Humaira Anggur dalam kurun waktu enam bulan, maka akan dapat meningkatkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel gaya hidup konsumensebesar 0,563 pada batasan nilai signifikansi 0,578. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga H_a yang menyatakan gaya hidup konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur ditolak kebenarannya. Artinya bahwa gaya hidup konsumen secara parsial tidak berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Hal ini terjadi dikarenakan hasil penelitian dari 35 orang responden, hanya 3 orang responden yang memiliki gaya hidup dengan mengkonsumsi buah kurma kemasan Humaira Anggur berkelanjutan dalam kurun waktu 6 bulan. Fakta yang terjadi dilapangan kebanyakan responden membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur hanya untuk dikonsumsi pada bulan Ramadhan, dan pada saat mereka menjalani puasa sunnah. Selain itu buah kurma kemasan Humaira Anggur juga tidak tersedia setiap saat di Kota Banda Aceh.

e. Pengaruh Puasa sunnah (X₅)

Nilai koefisien regresi puasa sunnahsebesar 0,274 dengan nilai positif. Hal ini menjelaskan jika konsumen membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur karena menjalani puasa sunnah Senin-Kamis, maka akan dapat meningkatkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel puasa sunnah sebesar 3,186 pada batasan nilai signifikansi 0,004. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a yang

menyatakan Puasa sunnah berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur diterima kebenarannya. Artinya bahwa Puasa sunnah secara parsial berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Hasil penelitian juga menunjukkan dari 35 orang responden, sebanyak 25 responden membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh karena menjalani puasa sunnah Senin-Kamis. Hal ini disebabkan masyarakat Kota Banda Aceh telah menjadikan kurma sebagai makanan yang wajib mereka konsumsi ketika berbuka puasa. Sehingga jika responden menjalani puasa sunnah Senin-Kamis, akan menambah jumlah permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur.

f. Pengaruh Bulan ramadhan (X_6)

Nilai koefisien regresi bulan ramadhan sebesar 0.257 dengan nilai positif. Hal ini menjelaskan jika konsumen membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur dalam bulan ramadhan, maka akan dapat meningkatkan permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur.

Dari hasil output spss diperoleh nilai t hitung untuk variabel bulan

ramadhan sebesar 2,093 pada batasan nilai signifikansi 0,46. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,048. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a yang menyatakan bulan ramadhan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur diterima kebenarannya. Artinya bahwa bulan ramadhan secara parsial berpengaruh terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Hal ini disebabkan saat memasuki bulan ramadhan, permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur akan meningkat dibandingkan bulan biasanya. Ketika memasuki bulan ramadhan buah kurma kemasan Humaira Anggur akan dibeli masyarakat untuk dikonsumsi pada saat menjalani puasa. Dari 35 orang responden, sebanyak 28 orang responden selalu mengonsumsi buah kurma kemasan Humaira Anggur pada saat bulan ramadhan. Hal ini menunjukkan bahwa bila memasuki bulan ramadhan maka jumlah permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur akan meningkat.

Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji-F)

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda Uji-F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.263	6	.544	12.912	.000 ^a
Residual	1.179	28	.042		
Total	4.442	34			

Sumber: Data Lampiran, Diolah (2017)

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F hitung sebesar 12,912 pada batasan nilai

signifikansi 0.000 atau < 0.05 . Sedangkan nilai F tabel pada taraf signifikan 5% adalah sebesar 2,55.

Dengan demikian F hitung (12,912) diperoleh $> F$ tabel (2,55), sehingga dapat diambil suatu kesimpulan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya harga buah kurma kemasan Humaira, harga buah kurma curah, pendapatan

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

konsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh.

Tabel 5. Analisis Regresi Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.735	.678	.20523

Sumber: Data Lampiran, Diolah (2017)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,735. Hal ini berarti bahwa permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh (Y) sebesar 73,5 persen dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam model yaitu harga buah kurma kemasan Humaira Anggur, harga buah kurma curah, pendapatan konsumen, gaya hidup, puasa sunnah, dan bulan ramadhan. Sementara selebihnya 26,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dirumuskan dalam model penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil analisis trend, maka dapat disimpulkan bahwa permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur memiliki trend positif, yaitu dengan peningkatan sebesar 1,9 ton per tahun. Hasil ramalan Tahun 2030, permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur akan meningkat sebesar 55 ton.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, maka permintaan

kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh secara parsial dipengaruhi oleh pendapatan konsumen, puasa sunnah, dan bulan ramadhan secara signifikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan faktor harga buah kurma kemasan Humaira, harga buah kurma curah, dan gaya hidup konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa buah kurma kemasan Humaira Anggur termasuk ke dalam jenis barang normal.

Melihat dari hasil analisis trend yang positif, perusahaan importir sebaiknya mengimpor buah kurma kemasan Humaira Anggur secara berkelanjutan, agar dapat mempertahankan tingkat permintaan tersebut. Selanjutnya, perlunya mempertahankan dan memilih mutu serta kualitas buah kurma yang dijual, juga meningkatkan proses pengemasan dan pelabelan dengan baik sehingga minat konsumen untuk membeli buah kurma kemasan Humaira Anggur akan lebih baik.

Melihat dari hasil regresi yang menyatakan bahwa harga buah kurma kemasan Humaira, harga buah kurma curah, dan gaya hidup konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kurma kemasan Humaira Anggur di Kota Banda Aceh, sebaiknya perusahaan importir dapat meningkatkan kapasitas penjualan, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih rutin untuk mengkonsumsi buah kurma kemasan Humaira Anggur.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2016. Statistik Perdagangan Luar Negeri 2016. BPS Pusat, Jakarta.
- Dinas Pangan Provinsi Aceh. 2017. Jumlah Konsumsi Buah Kurma, Banda Aceh.
- Richard, L. 1995. Pengantar Ekonomi Mikro. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudjana. 2002. Metode Statistika. Tarsito, Bandung.
- Priyanti, D. 2012. Analisis perilaku permintaan rumah tangga dan jumlah pasokan cabai merah kriting di DKI Jakarta. Skripsi. Universitas Institut Pertanian Bogor, Bogor.